

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Desain Grafis

Setiap mendengar kata desain, yang terlintas pastilah sebuah karya cipta yang indah, bagus, dan menarik. Pengertian desain adalah sebuah hasil akhir dari rangkaian proses kreatif seseorang (<http://niappa.wordpress.com>). Sedangkan menurut Suyanto, desain grafis didefinisikan sebagai aplikasi dari keterampilan seni dan komunikasi untuk kebutuhan bisnis dan industri (<http://slametriyanto.net>). Aplikasi-aplikasi ini dapat meliputi periklanan dan penjualan produk, menciptakan identitas visual untuk institusi, produk dan perusahaan, dan lingkungan grafis, desain informasi, dan secara visual menyempurnakan pesan dalam publikasi.

2.1.1 Elemen – Elemen Desain Grafis

Dalam buku *Aplikasi Desain Grafis Untuk Periklanan* (M. Suyanto, 2004). Menjelaskan elemen-elemen dasar grafis dua dimensi terdiri dari:

1. Garis

Garis merupakan dasar yang dapat dibentuk untuk membuat huruf, grafik dan elemen desain grafis lainnya. Garis mempunyai fungsi tertentu

yang pada dasarnya digunakan untuk mengarahkan arah dari gerakan mata yang melihat elemen dalam suatu karya desain grafis. Garis terdiri dari 3 macam bentuk, yaitu:

a. Garis Vertikal

Digunakan untuk mengarahkan mata dan sekelompok informasi ke informasi lainnya.

b. Garis Horizontal

Digunakan untuk mengarahkan mata agar bergerak mendatar.

c. Garis Diagonal

Merupakan suatu ekspresi yang menggambarkan keadaan tertentu.

2. Bentuk

Merupakan suatu wujud yang menempati ruang dan biasanya memiliki dimensi dua atau tiga, yang biasanya disebut 2 dimensi (dwimatra) dan 3 dimensi (trimatra).

3. Warna

Warna merupakan elemen grafik yang sangat kuat dan provokatif. Warna juga merupakan elemen yang sangat berpengaruh dalam membantu menjadi komposisi desain menjadi menarik. Menurut Russel

dan Verrill (1986, 416) warna dapat digunakan untuk beberapa alasan, khususnya dalam periklanan, diantaranya :

- a. Warna merupakan alat untuk menarik perhatian.
- b. Beberapa produk akan menjadi realistis, jika ditampilkan dengan menggunakan warna.
- c. Dapat memperlihatkan atau memberikan suatu penekanan pada elemen tertentu dalam karya desain.
- d. Warna dapat memperlihatkan suatu *mood* tertentu yang menunjukkan akan adanya kesan psikologis tersendiri.

4. Kontras Nilai

Nilai digunakan untuk menggambarkan tentang kecerahan dan kegelapan sebuah elemen visual. Kontras nilai memberikan citra dan persepsi secara rinci. Perbedaan kontras nilai akan memberikan efek yang berbeda baik visual maupun emosional.

5. Tekstur

Tekstur merupakan keadaan atau gambaran dari suatu permukaan benda atau bagian darinya. Tekstur dikategorikan menjadi dua yaitu :

- a. Tekstur Tactile

Tekstur tactile adalah nyata, dapat dirasakan permukaannya tersebut dengan jari. Tekstur tactile dapat diciptakan dengan berbagai cara seperti memotong dan menempelkan pada tekstur.

b. Tekstur Visual

Tekstur visual adalah ilusi, tekstur tersebut memberikan impresi yang sederhana dari tekstur nyata. Tekstur visual diciptakan menggunakan garis, kontras nilai, dan warna. Tekstur visual dalam halaman elektronik dapat dibuat langsung dengan perangkat lunak computer, misalnya Corel Draw, Adobe Photoshop, Adobe After Effect, dan sebagainya.

6. Format

Elemen-elemen grafik seperti garis, bentuk, warna, tekstur, kontras nilai, format, video, dan audio dari multimedia membuat perbedaan terhadap dampak multimedia maupun biayanya. Sedikit penataan ulang atas elemen-elemen mekanis dalam multimedia dapat meningkatkan kemampuannya menarik perhatian. Format terdiri dari ukuran dan ilustrasi. Iklan untuk ukuran besar menarik lebih banyak perhatian daripada iklan yang berukuran kecil.

2.1.2 Prinsip Dasar Desain Grafis

Dalam buku *Nirmana Dwimatra (Desain Dasar Dwimatra)*, Drs. Arfial Arsad Hakim, (1984). Menjelaskan prinsip desain yang ada yaitu:

1. Keseimbangan

Keseimbangan adalah kesamaan distribusi dalam bobot (Suyanto, 2004:57). Mendesain hendaknya dengan keseimbangan yang cenderung merasakan keterikatan bersama, kelihatan bersatu, dan perasaan harmonis.

Ada dua pendekatan dasar untuk menyeimbangkan. Yang pertama adalah keseimbangan simetris yang merupakan susunan dari elemen agar merata ke kiri dan ke kanan dari pusat. Yang kedua adalah keseimbangan asimetris yang merupakan pengaturan yang berbeda dengan berat benda yang sama di setiap sisi halaman. Warna, nilai, ukuran, bentuk dan tekstur dapat digunakan sebagai unsure *balancing*.

2. Ritme/irama

Di dalam desain grafis, ritme merupakan pola yang diciptakan dengan mengulang atau membuat variasi elemen dengan pertimbangan yang diberikan terhadap ruang yang ada di antaranya dan dengan membangun perasaan berpindah dari satu elemen ke elemen lainnya (Suyanto, 2004:88). Pengulangan (mengulangi unsur serupa dalam cara yang konsisten) dan variasi (perubahan dalam bentuk, ukuran, posisi atau elemen) adalah kunci untuk visual ritme.

3. Penekanan

Penekanan akan mendapatkan perhatian utama. Tata letak setiap kebutuhan sangat penting untuk menarik para pembaca dari mata ke bagian yang penting dari tata letak.

4. Kesatuan

Kesatuan atau *unity* merupakan salah satu unsur prinsip yang menekankan pada keselarasan dari unsur-unsur yang disusun, baik dalam wujudnya maupun keterkaitannya dengan ide yang melandasinya. Kesatuan diperlukan dalam suatu karya grafis yang mungkin terdiri dari beberapa elemen di dalamnya. Dengan adanya kesatuan itulah, elemen-elemen yang ada saling mendukung sehingga diperoleh focus yang dituju. Untuk mencapai kesatuan tersebut harus mengerti tentang garis, bentuk, warna, tekstur, kontras nilai, format, keseimbangan, titik focus, dan ritme.

2.2 Teori Tipografi

Tipografi adalah ilmu yang mempelajari tentang huruf, type family (huruf dalam suatu keluarga) yang digunakan, dan alternatif huruf yang digunakan dalam berbagai media.

Dalam buku pengantar Desain Komunikasi Visual (Adi Kusrianto, 191) Lazlo Maholy berpendapat bahwa tipografi adalah alat komunikasi. Oleh karena itu tipografi harus bisa berkomunikasi dalam bentuknya yang paling kuat, jelas, dan terbaca (legibility). Eksekusi terhadap desain tipografi dalam merancang grafis pada

aspek legibility akan mencapai hasil yang baik bila melalui proses investigasi terhadap makna naskah, alasan kenapa naskah perlu dibaca, dan siapa yang membacanya.

2.2.1 Jenis-jenis Huruf

Untuk sebuah desain, pemakaian tipografi haruslah tepat. Menurut buku *Tipografi dalam Desain Grafis* (Danton Sihombing, 2001) dalam beberapa literatur tipografi, rupa huruf dapat digolongkan dalam beberapa klasifikasi yang berguna untuk mempermudah mengidentifikasi rupa huruf tersebut. Berdasarkan klasifikasi yang umum dan sering dipakai, rupa huruf digolongkan menjadi :

1. Roman, pada awalnya adalah kumpulan huruf kapital seperti yang biasa ditemui di pilar dan prasasti Romawi, namun kemudian definisinya berkembang menjadi seluruh huruf yang mempunyai ciri tegak dan didominasi garis lurus kaku (www.speedstars.multiply.com).
2. Serif, dengan ciri memiliki serif di ujungnya. Sehingga membantu keterbacaan. Font-font ini mencerminkan kualitas dan ketegasan. Surat kabar dan majalah sering sekali menggunakan font ini sebagai main tipografinya (www.gravisware.com).

Aa Bb Cc Dd Ee

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

(Poor Richard, Times New Roman, Perpetua Titling MT)

3. Egyptian, atau populer dengan sebutan slab serif. Cirinya adalah kaki/sirip/serif yang berbentuk persegi seperti papan dengan ketebalan yang sama atau hamper sama. Kesan yang ditimbulkan adalah kokoh, kuat, kekar dan stabil (id.wikipedia.org).

A B C D E

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

(Goudy Stout, Stencil STD)

4. Sans Serif, dengan ciri tanpa sirip/serif, dan memiliki ketebalan huruf yang sama atau hamper sama. Kesan yang ditimbulkan oleh huruf jenis ini adalah modern, kontemporer dan efisien (id.wikipedia.org).

Aa Bb Cc Dd Ee

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

(Franklin Gothic Book, Arial)

5. Script, merupakan goresan tangan yang dikerjakan dengan pena, kuas atau pensil tajam dan biasanya miring ke kanan. Kesan yang ditimbulkan adalah sifat pribadi dan akrab (id.wikipedia.org).

A a Bb Cc Dd Ee

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

(Vladimir Script, Script MT Bold)

6. Miscellaneous, merupakan pengembangan dari bentuk-bentuk yang sudah ada. Ditambah hiasan dan ornamen, atau garis-garis dekoratif. Kesan yang dimiliki adalah dekoratif dan ornamental (id.wikipedia.org).

A a Bb Cc Dd Ee

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

(Old English Text MT, Rosewood STD)

2.2.2 Legibility dan Keterbacaan

Menurut buku *Tipografi dalam Desain Grafis* (Danton Sihombing, 2001) legibility adalah tingkat kemudahan mata mengenali suatu tulisan tanpa harus bersusah payah. Hal ini bisa ditentukan oleh:

1. Kerumitan desain huruf, seperti penggunaan serif, kontras stroke, dsb.
2. Penggunaan warna.
3. Frekuensi pengamat menemui huruf tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

Keterbacaan adalah tingkat kenyamanan suatu susunan huruf saat dibaca, yang dipengaruhi oleh:

1. Jenis huruf.

2. Ukuran.
3. Pengaturan, termasuk di dalamnya alur, spasi, kerning, perataan, dsb.
4. Kontras warna terhadap latar belakang,

2.3 Layout

Dalam sebuah website (<http://library.binus.ac.id>) mendefinisikan layout sebagai penataletakan atau pengorganisasian dari beberapa unsur desain agar teratur dan tercipta hierarki yang baik guna mendapatkan dampak yang kuat dari orang yang melihat (Kamus Istilah Periklanan, Materi Advertising).

Proses layout adalah mengatur penempatan berbagai unsur komposisi, seperti misalnya huruf/teks, garis-garis, bidang, gambar/image dan sebagainya.

Dalam sebuah website (<http://faculty.petra.ac.id>) disebutkan bahwa terdapat tiga kriteria sebuah layout dapat dikatakan baik, yakni mencapai tujuan, ditata dengan baik, dan menarik pengguna. Sebuah layout dapat bekerja dan mencapai tujuannya bila pesan-pesan yang disampaikan dapat segera ditangkap dan dipahami oleh pengguna dengan cara-cara tertentu.

Dalam desain diketahui ada 5 (lima) prinsip utama seperti yang dikatakan oleh Tom Lincy dalam bukunya *“Design Principle for Desktop Publishing”*. Lima prinsip tersebut adalah:

a. Keseimbangan (balancing)

Keseimbangan adalah pengaturan penempatan elemen-elemen yang ada dalam sebuah halaman (*page*). Merupakan keseimbangan yang membantu menentukan ukuran dan peraturan setiap bagian dalam layout.

b. Irama (rhythm)

Irama sebenarnya bermakna sama dengan *repetition* atau pola perulangan yang menimbulkan irama untuk diikuti. Merupakan bentuk yang dihasilkan dengan melakukan pengulangan elemen secara bervariasi.

c. Proporsi (proportion)

Proporsi adalah kesesuaian antara ukuran halaman dengan isinya, dikenal dengan ukuran kertas dan bidang kerjanya.

d. Kesatuan (unity)

Kesatuan dimaksudkan untuk membuat kontars yang mudah ditangkap oleh pembaca terhadap yang ditata seperti yang ditulis oleh Gerald A. Silver, dalam bukunya *Graphic Layout and Design*. Penerapan kesatuan dalam desain grafis juga harus memperhatikan karakteristik dan fungsi setiap elemen.

e. Kontras (contrast)

Untuk menampilkan sebuah titik perhatian perlu dibuat sebuah kontras terhadap elemen yang menarik perhatian dalam tata letak sebuah rancangan halaman. Keseluruhan elemen pada sebuah layout harus saling memiliki kesatuan satu sama lain.

2.4 Jenis-Jenis Layout

1. Symetrisal lay-out; disebut juga foundry/vertical lay-out, karena lebih seperti jemuran, letak berita-beritanya seimbang. Lay-out seperti ini digunakan oleh The New York Times.

2. Informal balance lay-out; banyak dipakai oleh surat kabar, karena mengarah kepada kesempurnaan suatu keseimbangan. Foto yang hitam akan lebih baik jika diletakkan di kanan atas halaman, dan akan kelihatan berat kalau diletakkan di bagian bawah halaman.

3. Quadrat lay-out atau tata rias segi empat; sangat baik untuk surat kabar yang akan dijual di pinggir jalan secara eceran, karena koran akan berlipat empat, dan pada seperempat bagian yang tampak itu akan diperlihatkan berita-berita penting dan menarik.

4. Brace lay-out; menonjolkan suatu berita besar, lay-out seperti ini sering menggunakan "Banner Headline", judul panjang. Berita penting ditempatkan disebelah kanan surat kabar, sehingga mengikat pandangan pembaca ke arah sana, kemudian judul lain di sebelah kiri, dan sebelah kanan lagi.

5. Circus lay-out; tata rias karnaval, karena ramainya halaman depan. Semua judul berita dipamerkan di halaman pertama, isinya di halaman lain. Contoh seperti ini adalah Pos Kota (Jakarta), atau koran-koran mingguan.

6. Horizontal lay-out; tata rias mendatar, judul berita dibuat mendatar, dengan berita yang tidak terlalu panjang.

7. Function lay-out; tata rias yang setiap hari berubah, bergantung kepada perkembangan isi berita hari itu. Bila terjadi hal-hal luar biasa sering dipakai apa yang disebut “skyline heads”. Jadi ada gejala pemindahan nama tempat nama surat kabar itu sendiri. Lay-out seperti ini sering juga dipakai oleh koran-koran mingguan terbitan Jakarta.

Selain bentuk kolom-kolom menjadi sangat penting untuk lay-out koran ada satu lagi yang tidak kalah pentingnya yaitu white space atau ruang kosong. Penggunaan white space, atau ruang kosong, berguna untuk membantu pembaca fokus ke sajian utama, juga memisahkan elemen, entah karena alasan prioritas atau memang seharusnya terpisah.

Penggunaan ruang kosong yang tepat juga membantu pembaca untuk menikmati halaman dengan lega, sehingga membuat efek si pembaca berita merasa lebih nyaman tidak terkesan terlalu padat. White space ini biasanya juga ditempatkan sebagai pembatas antara berita dengan iklan.

Berbagai cara sengaja dilakukan oleh pembuat desain/lay-out koran tujuannya cuma satu, bagaimana membuat pembaca nyaman membaca dan cepat menangkap informasi yang ingin disampaikan dalam berita.

Ada sepuluh tips untuk membuat desain lay-out koran lebih baik, diantaranya:

1. **HIRARKI.** Pembaca melihat – bukan membaca – sekilas apa berita yang paling penting pada sebuah halaman. Jadi tetapkan dengan jelas apa yang menjadi jangkar (berita utama) di tiap halaman. Lalu aturlah sedemikian rupa sehingga memang berita itulah yang disimak pertama kali oleh pembaca, kemudian berita-berita lainnya..
2. **CIPTAKAN** titik Pusat Pengaruh Visual (Central Visual Impact/CVI). Lebih dari 80 persen pembaca menelusuri halaman dengan mengikuti gambar-gambar dominan. Hal yang harus paling mencolok mata adalah berita utama. Ini berlaku untuk setiap halaman – tidak hanya halaman satu.
3. **TERTATA.** Kebanyakan pembaca adalah orang yang sibuk. Karena itu informasi dalam sebuah halaman harus tertata rapi untuk menghindari kebingungan.
4. **KONTRAS.** Halaman yang berhasil selalu memiliki elemen vertikal dan horisontal. Juga memiliki elemen yang dominan dan elemen sekunder. Juga selalu tersusun ada sebuah berita utama (lead), berita penting tapi bukan berita utama (dominant headline) dan beberapa berita head sekunder.
5. **WARNA.** Warna harus digunakan untuk menginformasikan sesuatu, bukan sekedar hiasan, atau kosmetik halaman. Penggunaan warna yang paling tepat

dan paling baik adalah pada foto dan grafik. Warna juga harus mempermudah pembaca. Penata wajah harus berdasar pada logika ketika menggunakan warna. Ingat untuk urusan warna, kita benar-benar harus membatasi nafsu.

6. TIPOGRAFI. Semakin banyak jenis huruf yang digunakan, membuat pembaca semakin terpecah konsentrasi membacanya. Harus dicari kecocokan antara apa isi berita dan apa jenis huruf yang harus digunakan.

7. BERI KEJUTAN. Setiap hari – ingat setiap hari – kita harus memberi kejutan kepada pembaca. Mungkin kejutan itu datang lewat foto, pilihan berita utama, desain halaman, atau grafik. Pastikan bahwa pembaca – setelah membaca – merekomendasikan kepada orang lain untuk membacanya. Desain harus dapat menambah “daya kejut”. Rahasiannya: istimewa kanlah salah satu dari unsur yang hendak kita bikin sebagai kejutan tadi.

8. LABRAK ATURAN. Peraturan dibuat untuk dilabrak? Betul, tapi harus ada alasan yang benar! Kalau aturan yang kita buat terus-menerus kita abaikan, konsistensi terpengaruh keluar jendela. Hasil desain kita jadinya seperti runtuhnya bangunan. Ini salah. Soalnya tak ada lagi “penanda” yang menjadi pegangan pembaca. Tapi jangan juga terlalu patuh pada aturan karena itu pasti akan membuat pembaca bosan.

9. KONSISTEN. Letakkan semua unsur halaman di tempat yang sama setiap hari. Jika di halaman ada rubrik, ada kolom, ada tabel atau grafis dan boks,

letakkan pada tempat yang sama setiap hari, sampai ada perubahan desain yang diputuskan kemudian. Dengan begitu, maka pembaca yang sibuk tidak makan waktu banyak untuk mencari informasi itu sebelum membacanya.

10. NYAMAN DILIHAT. Desain yang simpel, tapi dinamis dan nyaman dilihat adalah tujuan utama dari desain halaman. Ingat isi dari surat kabar lebih penting dari desainnya. Ingat juga bahwa desain itu hanya pengantar yang membawa tugasnya memikat pembaca lalu membawa pembaca ke isi berita.

2.5 Media Cetak

Menurut Peni Adji (2008) dalam blognya, media cetak merupakan suatu media yang bersifat statis dan menggunakan pesan-pesan visual. Merupakan media yang terdiri dari lembaran dengan sejumlah kata-kata, gambar atau fotografi, dalam suatu tata warna serta halaman putih. Fungsi utama media cetak adalah sebagai wahana penyampaian pesan dan sekaligus sebagai media penghibur yang dapat memuaskan perasaan keindahan pemirsanya.

Dalam hubungannya dengan kegiatan periklanan yang disebut sebagai media cetak adalah surat kabar, majalah, maupun media-media lain yang diproduksi lewat proses cetak mencetak. Sehingga pengertian iklan media cetak adalah pesan-pesan komersial dari produsen kepada khalayak konsumennya yang disampaikan lewat media cetak (Riyanto, 2000:19-20).

Anatomi yang dipakai sebagai eksekusi (produksi) iklan media cetak menurut Mardjadikara (2004:25), sebagai berikut:

1. *Headline* atau judul yang tentunya harus ada kaitannya dengan *bodycopy*.
2. *Visual*, ilustrasi, gambar atau foto orang model atau apapun yang berkaitan dengan konsep kreatif dan atau foto produk itu sendiri.
3. *Bodycopy* atau teks yang memberikan informasi lebih rinci tentang produk atau jasa yang akan dijual.
4. *Product shot* atau foto produk (yang sekaligus bisa menampilkan nama merk). Produk shot ini bisa saja merupakan ilustrasi utama.
5. *Baseline* yang biasanya terletak paling bawah di *layout* iklan. Di bagian bawah ini bisa dimasukkan slogan, *catch phrase*, atau nama dan alamat perusahaan pengiklan.

Secara umum jenis media cetak yang ada di Indonesia diklasifikasikan menjadi delapan bagian. Pengklasifikasian tersebut didasarkan pada waktu terbit media tersebut. Hal ini sesuai dengan apa yang dikeluarkan oleh Dirjen Pembinaan Pers dan Grafika, tentang pembagian media cetak dan pengklasifikasiannya. Kedelapan jenis media cetak tersebut diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Surat Kabar Harian
2. Surat Kabar Mingguan
3. Majalah Mingguan
4. Majalah Tengah Bulanan
5. Majalah Bulanan
6. Majalah Dwibulanan
7. Majalah Tribulanan

8. Bulletin

Dalam pengertian ini, media cetak yang dipakai dalam pembahasan desain iklan adalah surat kabar harian (koran).

2.5.1 Surat Kabar (Koran)

Menurut Onong Uchjana Effendy, surat kabar adalah lembaran tercetak yang memuat laporan yang terjadi di masyarakat dengan ciri-ciri terbit secara periodik, bersifat umum, isinya termasa dan aktual mengenai apa saja dan dimana saja di seluruh dunia untuk diketahui pembaca (Effendy, 1993:241). Surat kabar merupakan penerbitan yang berupa lembaga yang berisi berita-berita karangan, iklan yang dicetak dan diterbitkan secara tetap atau lebih periodik dan untuk dijual kepada umum (id.shvoong.com).

Surat kabar pada umumnya terbit harian, sekalipun ada juga surat kabar mingguan. Surat kabar harian merupakan jenis media cetak yang terbit setiap hari. Jenis media cetak ini masih dibagi lagi menjadi Surat Kabar Harian Nasional, Surat Kabar Harian Daerah, dan Surat Kabar Harian Lokal. Berita yang disampaikan adalah jenis berita news atau informasi terkini dan disampaikan dengan sistem *straight news* atau apa adanya. Dari segi ruang lingkupnya, ada surat kabar lokal atau surat kabar nasional (Yunus, 2010:29).

2.5.2 Surat Kabar Lokal

Surat kabar lokal yang akan dibahas pada sub bab kali ini adalah surat kabar Radar Surabaya. Radar Surabaya memfokuskan sebagai surat kabar (koran) lokal kota Surabaya dan sekitarnya. Sebagai koran lokal, topik berita lebih diutamakan pada isu-isu lokal saja.